

Applied Linguistics, Issue 6 (2), (December), Volume 37. "Oxford University Press", 2016. - Pages 1100 - 1409.

Proceedings of the Journal are located in the **Databases Scopus and Web of Science**.

Source Normalized Impact per Paper (SNIP): 2.087

SCImago Journal Rank (SJR): 1.601

Impact factor: 3.250

5-Yr impact factor: 3.124

©2016 Thomson Reuters, 2015 Journal Citation Report®

Editors:

John Hellermann

Department of Applied Linguistics
Portland State University,
USA

Anna Mauranen

University of Helsinki,
Finland

Alison Sealey

Department of Linguistics and English Language
Lancaster University,
United Kingdom

Tess Fitzpatrick

British Association for Applied Linguistics

Claire Kramsch

International Association for Applied Linguistics

Karin Aronsson

Linköping University

Paul Baker

Lancaster University

Nancy Bell

Washington State University

An Cheng

Oklahoma State University

Kees de Bot

University of Groningen

Tracey Derwing

University of Alberta

Evelyn Doman

University of Macau

Zoltán Dörnyei

University of Nottingham

Patricia Duff

University of British Columbia

Diana Eades

University of New England, Australia

Susan Hunston

University of Birmingham (BAAL Representative)

Gabriele Kasper

University of Hawai'i at Manoa

Judit Kormos

Lancaster University

Angel Lin

The University of Hong Kong

Tim McNamara

University of Melbourne

Junko Mori

University of Wisconsin-Madison

Greg Myers

Lancaster University

Susanne Niemeier

University Koblenz-Landau (AILA Representative)

Alastair Pennycook

University of Technology Sydney

Steven Ross

University of Maryland

Alison Sealey

University of Birmingham

Ema Ushioda

University of Warwick

Lionel Wee

National University of Singapore

ISSN: 0142-6001

© "Oxford University Press", 2016

© The University of Oxford, 2016

Malika Aimagambetova

The structure and content of the publicistic text.....1269

Nataliia Gudkova

**The Language of Colour as a Stimulus for Unconscious Hedonistic Associations
in Modern Beauty Product Advertising.....1282**

Natalia Prokopova

Vocal skill in the context of the socialist realism: intonation-melodic canons.....1291

Nina Pavlenko

**Gender component in the structure and meaning of English idioms designating
a person by the character of relations.....1297**

Oksana Garachkovska

Experimental play by Neda Nezhdana «One who opens the door» postmodernism aspect.....1304

Irina Osovska, Oxana Yevenchuk

**The linear model of the lexical-semantic field of the evaluation segment
of the concept FAMILIE.....1310**

Olga Sinelnikova

The spiritual dominant of the Russian soul in Rodion Shchedrin's Opera «Levsha».....1321

Svetlana Kolesnikova

Species correlative couple in the modern Russian language: the forming or derivation?.....1329

Svetlana Kolesnikova, Elena Burskaya

**Gradual opposition in the synonymy-antonymic complex «Loved» of the
modern Russian language.....1342**

Tatiana Galai

**Gastronomic metaphorical component of the English terms of professional
geology language: cognitive approach.....1354**

Fidan Surat Bakhshiyeva

Methods of a language game in modern Azerbaijani mass media.....1361

Yuliia Golovashchenko

**Connotative Features in the Semantic Space of “In the Heart of the Country”
by John Maxwell Coetzee.....1374**

M. Morris, G. Donohoe and M. Hennessy

**The Fall and Rise of Medical Students' Attitudes to Communication Skills Learning in Ireland:
A Longitudinal Approach.....1381**

Pauline Ghenghesh

Job Satisfaction and Motivation What Makes Teachers Tick?.....1394

Nina Pavlenko,

Borys Grinchenko Kyiv University, Teacher of English,

Faculty of Law and International Relations

Gender component in the structure and meaning of English idioms designating a person by the character of relations

Abstract: The given article addresses gender component in the structure and meaning of idioms nominating human relations. It provides a thorough semantic and structural analysis of gender idioms selected according to specific criteria.

Keywords: gender component, phraseological unit, nomination, semantics, structure.

Нина Павленко,

*Киевский университет имени Бориса Гринченко, преподаватель
английского языка, факультет права и международных отношений*

Гендер в структуре и семантике английских фразеологизмов-номинаций человека по характеру межличностных отношений

Аннотация: Статья описывает механизмы реализации гендерного компонента в структуре и семантике английских идиом, номинирующих человека по характеру межличностных отношений. В работе проводится семантический и структурный анализ гендерно маркированных идиом, отобранных на основе ряда критериев.

Ключевые слова: гендерный компонент, фразеологизм, номинация, семантика, структура.

Термин “гендер” возник в науке в последней трети XX века, чтобы в отличие от биологического пола подчеркнуть не природную, а социокультурную природу межполовых различий. Н.Д. Борисенко определяет гендер как ком-

плекс социальных, культурных и психологических явлений, которые соотносятся с полом индивида [1].

Гендерный аспект рассматривался в различных ракурсах и на различных языковых уровнях: в лексикографии, языке средств массовой информации, лексике и речевом поведении. Однако, на фразеологическом материале гендерные исследования проводились несистемно, несмотря на перспективность данного направления [2,3,4,5]. Как справедливо отмечает Зыкова И.В: "Гендерные исследования на материале фразеологических единиц помогают раскрыть не только современное видение и представление о культурных категориях маскулинности и фемининности, но и длительный процесс эволюционного развития древнейшей архетипической оппозиции "мужчина – женщина" [5; 10]. Таким образом, **актуальность** данного исследования обусловлена постоянно растущим интересом к исследованию динамики репрезентативности мужских и женских ролей во фразеологическом фонде английского языка. **Целью** исследования является исследование специфики реализации гендерного компонента в структуре и семантике английских идиом. **Предмет** работы составляют особенности реализации гендерного компонента в структуре и семантике английских фразеологизмов, номинирующих человека по характеру взаимоотношений. Объектом являются структура и семантика английских гендерно маркированных фразеологизмов. **Материалом** данного исследования послужили 282 английские фразеологические единицы, номинирующие человека по характеру отношений.

Согласно специфике исследуемого языкового материала применялась комплексная методология: метод семантического анализа для определения семантико-смысловых характеристик исследуемых единиц; компонентного анализа, благодаря которому выделяются интегральные и дифференциальные семантические признаки (семы) в структуре фразеологического значения; метод структурно-грамматического анализа – для изучения и описания структурных типов гендерно маркированных фразеологизмов и их показателей; лингвокультурологический анализ – для определения и описания национальной и культурной специфики значения гендерно маркированных фразеологизмов; количественный анализ, который применялся для комплексного представления о продуктивности семантических и структурных показателей исследуемых единиц.

Эмпирические данные были получены методом сплошной выборки из авторитетных лексикографических источников английского языка [6,7,8]. Формально языковой материал был разделен на три группы по ряду признаков:

- фразеологизмы, в которых и структура, и значение сигнализируют о наличии гендерного компонента с помощью слов, содержащих номинацию мужского или женского пола (*boy, girl, man, she* и т.д.), идиомы с гендерным компонентом, что выражен эксплицитно: *girl next door* 'букв. девушка с соседнего двора' – an archetype of a kind, unassuming, and honest girl or woman who lives near by, often in a romantic story 'любящая, верная, миловидная, но "земная" и рядовая по уму девушка или молодая женщина'. Фразеологические единицы с эксплицитно выраженным компонентом преобладают в количественном соотношении и насчитывают 191 единицу, что равняется 67,7% от общего количества единиц группы.

- фразеологизмы, которые содержат в своем значении существительные, указывающие на референта мужского или женского пола, другими словами – это идиомы с гендерным компонентом, что выражен имплицитно (*a man, woman* и т.д.): *a clinging vine* 'букв. обвивающая лоза' – a woman, whose relationship with someone or others is characterized by emotional overdependence or helplessness 'слабая, беспомощная женщина, которая полностью зависит от мужа'. Всего было выделена 91 фразеологическая единица с имплицитно выраженным гендерным компонентом, что составляет 33,3 % от общего количества единиц выборки.

- фразеологизмы, в структуре которых есть лексемы, которые обозначают референта мужского или женского пола: *rob Peter to pay Paul* 'букв. обокрасть Питера, чтобы заплатить Полу' – take from one source and use it towards the other 'поддерживать одно в ущерб другому'. Примеры данных единиц единичны, так как, на самом деле, они не несут никакой номинации человека, за исключением формального указателя на половую принадлежность в структуре.

Группа "отношения" была выделена на основе архисемы "отношения", интегральной семы "человек" и дифференциальной семы "характер отношений": *the old boy network* 'букв. сеть старых друзей' – men from the same school, club, etc who give each other jobs or other advantages 'мужчины с одной школы, клуба и т.д., которые помогают друг другу с работой или благодаря своей дружбе имеют другие привилегии'.

В ходе семантического анализа было выявлено, что в количественном соотношении преобладают идиомы с мужским гендерным компонентом – 131 единица, что составляет 46,5 % от общего количества единиц выборки: *prodigal son* ‘букв. блудный сын’ – a person who leaves home to lead a spendthrift and extravagant way of life but later makes a repentant return ‘человек, который бросает свой дом для того, чтобы вести разгульный образ жизни, но позднее возвращается домой с покаянием’. В то же время идиомы с женским гендерным компонентом составляют 98 единиц (34,7% соответственно): *the old lady* ‘букв. старая леди’ – mother ‘мать, “старуха”’; и метагендерные фразеологизмы – 53 единицы или 18,8% от общего количества единиц выборки: *the light of your life* ‘букв. свет жизни’ – a much-loved person ‘горячо любимый человек’. Такую гендерную асимметрию можно объяснить андроцентричностью англоязычного общества и языка в частности, и как следствие ограниченным влиянием женщины на различные сферы социальной жизни.

Группа фразеологизмов, номинирующих отношения, является неоднородной по своему составу и может быть разделена на следующие подгруппы: “любовные отношения”, “дружеские отношения” и “семейные отношения”.

В ходе семантического анализа было выявлено, что преобладающее количество идиом посвящено любовным отношениям, так как для англоязычного сообщества – это неотъемлемая составляющая современной реальности. В подгруппе любовных отношений преобладают идиомы с мужским гендерным компонентом, что о традиционной доминантной роли мужчины в построении отношений. Мужчина в отношениях изображается как рыцарь и галантный кавалер (*a knight in shining armour* ‘букв. рыцарь в сияющих доспехах’ – an idealized or heroic person, especially a man who comes to the rescue of a woman in distress or in a difficult situation ‘идеализированный или героический мужчина, который появляется для того, чтобы спасти женщину в сложной ситуации’), а женщины рассматриваются более иронично и даже цинично: *a ball-breaker* ‘букв. разбиватель яиц’ – a woman who does not like men and is unpleasant towards them ‘женщина, которой не нравятся мужчины и она не учтивая с ними’.

Очень репрезентативным материалом с точки зрения культурной информации являются единицы, которые обозначают семейный статус, и раскрывают отношение англичан к институту семьи, а также иерархию, которая характерна для семей английского общества. Несмотря на андроцентричность английских

идиом, “семейные отношения” – единственная подгруппа, где преобладают единицы с женским гендерным компонентом, что, по-видимому, свидетельствует о том, что женщинам всегда была отведена роль хранительницы домашнего очага. Встречаются очень интересные оппозиции *one's worst half* ‘букв. худшая половина’ – а *husband* ‘муж’ та *one's (or the) better half* ‘лучшая половина’ – а *wife* ‘жена’, где маскулинные идиомы в отличие от фемининных имеют негативную коннотацию в том же самом значении, что не характерно для английского фразеологического фонда в целом. Несмотря на то, что в количественном отношении фемининных идиом, обозначающих семейный статус больше чем маскулинных, последние по большинству подчеркивают главную и очень положительную роль мужчины в семье: *lord and master* ‘букв. хозяин и глава’ – а *husband obey because he has power over you* ‘муж и повелитель’. Анализируя этот факт, можно прийти к выводу, что английские семьи являются в большей степени патриархальными, где во главе семьи стоит мужчина.

Среди идиом, которые вербализуют дружеские отношения, подавляющее количество – маскулинные фразеологизмы: *a man's man* ‘букв. мужик’ – *a man whose personality is such that he is more popular and at ease with other men than with women* ‘мужчина, который более популярен среди мужчин и ладит с ними лучше, чем с женщинами’; *big boy* ‘букв. большой парень’ – *a form of addressing to a friend between males, sometimes sarcastically* ‘старина, дружбан, старикан, голубчик’. Напротив, фемининных фразеологизмов в данной подгруппе всего лишь несколько единиц: *sister Anne* ‘сестра Анна’ – *very good and loyal friend* ‘верная, преданная подруга’. Скорее всего это можно объяснить тем, что мужчины больше времени тратят на социальную жизнь вне дома и проводят его с друзьями, а женщины, наоборот, больше преданы семье и детям.

Источники происхождения идиом, обозначающих отношения, различны. Это могут старинные поверья: *lead apes in hell* ‘букв. вести обезьян в ад’ – *(of a woman) to die without having copulated* ‘умереть старой девой’ (согласно старинному английскому поверью старым девам предначертано после смерти нянчить обезьян в аду); литература: *the not impossible she* ‘букв. суженая’ – *a future favored one* ‘вероятная будущая избранница’ (выражение взято из стихотворения английского поэта Ж. Крето (1613-49)); библеизмы: *David and Jonathan* ‘букв. Давид и Ионафан’ – *very close friends* ‘неразлучные друзья’ (этим. библ.); заимствования из различных языков: *the three musketeers* ‘букв. три мушкетера’ –

three close, inseparable friends 'верная троица, неразлучные друзья' (этимология французская); сказки: *beauty and beast* 'букв. красавица и чудовище' – a beautiful woman and an ugly man 'красивая женщина и некрасивый мужчина' (одноименная европейская сказка, известная в нескольких вариантах).

Проведенный структурный анализ идиом группы "отношения" позволяет утверждать, что преобладающее большинство единиц являются оборотами субстантивного типа (266 единиц, что составляет 94,3 %), из которых самими продуктивными типами являются Adj +N (*one's best girl* 'букв. лучшая девушка' – *one's beloved girl* 'любимая') та N+N (*a man of your own heart* 'букв. мужчина твоего сердца' – a person you like because the you the same kind of things you do 'мужчина, которому нравится все то, что и тебе'). И всего лишь незначительная часть группы представлена оборотами глагольного (14 единиц та 5 % соответственно): *be sb's main squeeze* 'букв. быть чье-то пассией' – to be the person that someone has a romantic or sexual relationship with 'иметь с кем-то романтические или сексуальные отношения'; адъективного (1 единица или 0,35%): *anyone's* 'букв. чей угодно' – (of a person) open to sexual advances from anyone 'человек, открытый для сексуальных отношений с кем угодно' и адverbиального типа (1 единица, что также составляет 0,35%): *between man and man (man to man)* 'букв. как мужчина с мужчиной' – when men talk honestly about subjects which may be difficult or embarrassing 'когда мужчины разговаривают открыто на темы, которые могут быть сложными и неприятными'. Тот факт, что среди структурных типов идиом-номинаций человека по характеру отношений доминируют субстантивные обороты, можно объяснить ключевой ролью человека в формировании межличностных отношений.

Исследование корпуса языкового материала позволяет сделать вывод, что в большинстве случаев фразеологические единицы, которые номинируют человека по характеру отношений, выражают любовные, семейные и дружеские отношения. В подгруппах идиом, номинирующих любовные и дружеские отношения, большую часть занимают фразеологизмы с мужским гендерным компонентом, в подгруппе семейных отношений – фемининные фразеологизмы. Преобладающее большинство единиц выборки – идиомы с эксплицитно выраженным гендерным компонентом, то есть единицы, содержащие гендерный компонент и в плане выражения, и в плане содержания.

Подавляющее количество структурных типов идиом, обозначающих отношения, обороты субстантивного типа, что позволяет сделать вывод, что

именно субстантивные формы фразеологической вербализации отображают социальные и культурные аспекты категорий мужское/женское.

Данные исследования демонстрируют, что в количественном соотношении маскулинные идиомы значительно преобладают над фемининными, что можно трактовать как следствие исторически сложившейся патриархальной традиции в англоговорящем социуме. В силу не столь динамичных трансформаций в языковой системе еще потребуется много времени, чтобы изменения в обществе в сторону равноправия полов нашли отражение в английском языковом фонде.

Список литературы:

1. Борисенко Н.Д. Гендерный аспект репрезентації персонажного мовлення в англійських драматичних творах кінця 20 ст.: Автореф. дис. ...канд. філол. наук. – Київ, 2003. – 20 с.
2. Бессонова О.Л. Процедуры анализа концептов при проведении сравнительно-типологических исследований: Лингвоконцептология: перспективные направления: монографія. – Луганск: Изд-во ГУ «ЛНУ им. Тараса Шевченко», 2013. – С. 87-117.
3. Кирилина А.В. Гендер: лингвистические аспекты. – Москва, 1999. – 154 с.
4. Першай А.Ю. Репрезентация гендерных отношений во фразеологии: Автореф. дис. ...канд. филол. наук: 10.02.19 / А.Ю. Першай; Бел. гос. ун-т. – Минск, 2002. – 173 с.
5. Зыкова И.В. Способы конструирования гендера в английской фразеологии / И.В. Зыкова. – Москва: Едиториал УРСС, 2003. – 232 с.
6. Cambridge International Dictionary of Idioms. – UK, Cambridge, 1999. – 587 p.
7. Longman Dictionary of Language and Culture. Ed. by B. Duckett – Addison Wesley Longman, 1998. – 1568 p.
8. Oxford Dictionary of English Idioms. – N.Y.: Oxford University Press, 1993 – 685 p.